

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh kepercayaan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada Mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta sebagai berikut:

1. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta.
2. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta.
3. Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta.
4. Kepercayaan, Harga, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Keputusan Pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah responden belum bisa menggambarkan kondisi riil yang sesungguhnya terkhusus pada pembagian kuisioner pada mahasiswa di Yogyakarta dalam hal proporsionalitas perwakilan mahasiswa tiap universitas terutama dalam situasi pandemi *covid-19*.
2. Keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti terutama disebabkan belum adanya pengalaman dalam melakukan penelitian
3. Keterbatasan dalam memberikan pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini. Mungkin dalam penelitian selanjutnya masih lebih banyak lagi pernyataan yang dapat digunakan untuk mengetahui kepercayaan, harga, promosi dan keputusan pembelian.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian dan beberapa kesimpulan diatas maka dapat ditarik saran mengenai pengaruh kepercayaan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *strata 1* di Yogyakarta yakni sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta, oleh karena itu diharapkan pihak

manajemen Telkomsel tetap mempertahankan dan terus menjaga kenyamanan layanan dalam aplikasi hingga kompetensi aplikasi dalam menyalurkan kuota internet sehingga keputusan pembelian kuota internet pada aplikasi MyTelkomsel pada mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta semakin meningkat.

2. Bagi pihak Telkomsel diharapkan agar lebih memperhatikan promosi pada Aplikasi MyTelkomsel, mengingat dalam penelitian ini pengaruh variabel promosi paling rendah dibandingkan variabel lain karena berdasarkan teori dan hipotesis penelitian terdahulu keputusan pembelian akan meningkat dengan adanya promosi yang baik dan tepat sasaran.
3. Pihak manajemen Telkomsel juga diharap untuk selalu meningkatkan dan memberikan terobosan baru dimana untuk menyempurnakan lagi variabel bebas yang telah diteliti ataupun faktor lain diluar penelitian ini sehingga dapat mengetahui keinginan atau harapan konsumen lebih jauh terhadap keputusan mereka melakukan pembelian pada Aplikasi MyTelkomsel, dan secara rutin melakukan survei dengan menanggapi kritik dan saran dari konsumen sehingga dapat memperoleh masukan dari konsumen dan dapat memperbaiki apa yang dirasa kurang pada aplikasi MyTelkomsel guna meningkatkan keputusan pembelian pada aplikasi MyTelkomsel.
4. Bagi penelitian-penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena dari penelitian ini diketahui pengaruh kepercayaan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian yakni sebesar 52,3% dan sisanya yakni 47,7%

dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar yang diteliti oleh peneliti seperti kualitas produk, desain aplikasi, faktor pribadi, fungsi dan lain-lain.

5. Bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan responden Mahasiswa *Strata 1* di Yogyakarta guna lebih melakukan spesifikasi wilayah seperti pada Sleman, Bantul, Gunung Kidul dan lainnya guna mempersempit populasi daripada responden sehingga memudahkan dalam mendata populasi.